

ISSN 1811-1793

ҒЫЛЫМИ ЖУРНАЛ

С. ТОРАЙҒЫРОВ АТЫНДАҒЫ ПАВЛОДАР МЕМЛЕКЕТТІК УНИВЕРСИТЕТІ



4'2007



ПМУ хабаршысы
Вестник ПГУ

ЭКОНОМИКАЛЫҚ СЕРИЯ

С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік
университетінің ғылыми журналы
Научный журнал Павлодарского государственного
университета им. С. Торайғырова

1997 жылы қарылған
Основан в 1997 г.

С. Торайғыров
атындағы ПМУ-дің
академик С.Есейімба
атындағы ғылыми
КІТАПХАНАСЫ

ПМУ **ХАБАРШЫСЫ** **ВЕСТНИК ПГУ**

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СЕРИЯ

4 2007

Научный журнал Павлодарского государственного университета
им. С. Торайгырова

СВИДЕТЕЛЬСТВО

о постановке на учет средства массовой информации
№ 4532-Ж

выдано Министерством культуры, информации и общественного согласия
Республики Казахстан
31 декабря 2003 года

Главный редактор:

Арын В.М., д.э.н., профессор

Зам. главного редактора:

Эрназаров Т.Я., канд. техн. наук, доцент

Редакционная коллегия:

Алшымбаев А.А., д-р экон. наук, проф.

Алшымбаева С.Н., д-р экон. наук, проф.

Сатова Р.К., д-р экон. наук, проф.

Сейткисимов Г.С., д-р экон. наук, академик НАН РК

Житканбаев В.Б., д-р экон. наук, проф.

Нурушев Г.Ж., д-р экон. наук, проф.

Сейтахметова Г.Н. (тех. редактор)

Титков А.А., к.э.н., доцент (отв. секретарь)

За достоверность материалов и рекламы ответственность несут авторы и рекламодатели.

Мнение авторов публикаций не всегда совпадает с мнением редакции.

Редакция оставляет за собой право на отклонение материалов.

Рукописи и деньги не возвращаются.

При использовании материалов журнала ссылка на «Вестник ПГУ» обязательна.

МАЗМҰНЫ

Е.А. Богданова, Р.С. Ли	
«АТ» жобаларды басқаруда шартты келіс	6
С.С. Донцов, Н.Б. Әбілшапқов	
Замандас құрылыста инновациялық процесстер	15
С.С. Донцов, Н.Б. Әбілшапқов	
Кәсіпорын құрылыс саласының бәсеке қабілеттілігін жоғарылатудың маңызды факторы - басқару және жобалаудың автоматтандыруы	26
Р.С. Ещанова	
Өндірістік кәсіпорындардың бәсеке қабілеттілігінің теориялық негіздері	34
Г.Т. Жақенова, М.Б. Мейрамбаева	
Роль консалтинговых организаций в новой экономике казахстана	45
Г.Т. Жақенова, Н.К. Пшенбаев	
Қазақстанның жаңа экономиксында консалтингтік ұйымдардың рөлі	64
М.К. Кәрімбергенова	
Маркетингтік зерттеулер фирманың бәсеке қабілеттілігін жоғарлату тәсілі ретінде	81
Р.С. Ли, Е.А. Богданова	
Қаржы нарығында инвестициялаудың типтік ішкі шек қоюлары	88
А.Т. Сұлтанов, С. С. Донцов	
Қазақстан Республикасында микрокредиттік ұйымдарды функциялаудың ерекшеліктері	98
А.А. Титков, Р.С. Ещанова	
Павлодар облысында өндірістің бәсеке қабілеттілігін қамтамасыз ету замандас механизмдері	107
А.А. Титков, С.К. Құязова	
Логистика теорияның негіздері кәсіпкерлік қызметінің тиімділігін жоғарлату құралы ретінде	121
Т.Я. Эрнazarov	
Жеке меншік-мемлекеттік серіктестіктің пайдалану саласы, ұйымдық-құқықтық түрлері және үлгілері	133
Біздің авторлар	151
Авторлар үшін ереже	152

Теруге 25.10.2007 ж. жіберілді. Басуға 23.12.2007 ж. қол қойылды.
Форматы 70x100 1/16. Кітап-журнал қағазы.
Көлемі шартты 5,45 б.т. Таралымы 300 дана. Бағасы келісім бойынша.
Компьютерде беттеген З.Ж. Шокубаева
Корректорлар: Г.Т. Ежиканова, Н.Р. Омаров
Заказ № 0581

Сдано в набор 25.10.2007 г. Подписано в печать 23.12.2007 г.
Формат 70x100 1/16. Бумага книжно-журнальная.
Объем 5,45 ч.-изд. л. Тираж 300 экз. Цена договорная.
Компьютерная верстка З.Ж. Шокубаева
Корректоры: Г.Т. Ежиканова, Н.Р. Омаров
Заказ № 0581

«КЕРЕКУ» баспасы
С. Торайғыров атындағы
Павлодар мемлекеттік университеті
140008, г. Павлодар, ул. Ломова, 64, каб. 137
45-11-43
E-mail: publish@psu.kz

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Р.С. Ещанова

**Павлодарский государственный университет
им. С. Торайгырова**

Мақалада қазіргі заманғы замандас өндірістік кәсіпорындардың бәсеке қабілеттілігінің теориясы қарастырылды. Нарықта шаруашылық етуші субъектілердің биік болу деңгейлеріне, бәсеке қабілеттілік жоғарылауына жағдай жасаушы және кедергі болушылар факторларына назар ақценттелген.

В статье рассмотрена теория конкурентоспособности современных промышленных предприятий. Акцентировано внимание на уровни доминирования хозяйствующих субъектов на рынке, факторы способствующие и препятствующие повышению конкурентоспособности.

In the article is examined theory of competitive ability of the modern industrial enterprises. Attention is accentuated on

levels of dominance of economical subjects in the market, factors, favoring and blocking increasing of competitive ability.

В рыночной экономике все субъекты хозяйствования действуют обособленно и выступают по отношению друг к другу как конкуренты.

Под экономической конкуренцией понимают соревнование экономических субъектов на рынке за предпочтение потребителей в целях получения наибольшей прибыли. Конкуренция является необходимым и важнейшим элементом рыночного механизма, но сам характер и формы ее различны на различных рынках и в различных рыночных ситуациях.

Конкуренция в переводе с латинского "conspicere", означает сталкивание. Конкуренция - это процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы изготовителей и поставщиков при реализации продукции, экономическое соперничество между обособленными товаропроизводителями или поставщиками товаров (услуг) за наиболее выгодные условия сбыта.

В условиях рыночной экономики конкуренция является важным механизмом экономических связей между производителями и потребителями.

Так, если на рынок доставляется больше товаров, чем способны приобрести покупатели, то продавцы будут бороться за покупателя, снижая при этом цены. Если же на рынок будет доставлено меньше товаров, чем готовы приобрести покупатели, то последние будут соревноваться за продавца, способствуя тем самым росту цен.

Конкуренция, хотя и связана с определёнными издержками (усиливает социально-экономическую дифференциацию в обществе, обуславливает потери экономических ресурсов от потери побежденных и т.д.), вместе с тем обеспечивает немалый экономический эффект, стимулируя снижение цен, повышение качества и ассортимента выпускаемой продукции, внедрение научно-технических достижений и др.

В условиях командно-административной системы с полным государственным регулированием экономики предприятия соперничают не за рынок и прибыль, а за получение фондов, лимитов, государственных капиталовложений, за снижение директивных показателей.

В рыночной экономике конкуренция рассматривается как процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами для достижения победы или других целей в борьбе с конкурентами за удовлетворение объективных или субъективных потребностей в рамках законодательства либо в естественных условиях.

Конкуренция - это состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке. Одним из рассматриваемых понятий, является определение доминирующего положения хозяйствующих субъектов на рынке. Под доминирующим положением понимается исключительное положение хозяйствующего субъекта на рынке определенного товара или услуги, дающее ему возможность оказывать решающее влияние на конкуренцию, затруднять доступ на рынок другим хозяйствующим субъектам или иным образом ограничивать свободу их экономической деятельности. Обладание доминирующим положением - решающий признак, по которому устанавливается противоправность действий или соглашений на рынке. Определение доминирующего положения на рынке предполагает следующие возможные ситуации:

- доля хозяйствующего субъекта на рынке определенного товара не превышает 35%;
- доля хозяйствующего субъекта на рынке определенного товара находится в диапазоне от 35 до 65%;
- доля хозяйствующего субъекта на рынке определенного товара превышает 65%.

В любой из ситуации доминирующее положение хозяйствующего субъекта оценивается по таким критериям как:

- возможность хозяйствующего субъекта оказывать решающее влияние на конкуренцию;
- возможность хозяйствующего субъекта затруднять доступ на рынок другим субъектам;
- возможность хозяйствующего субъекта проводить демпинговую ценовую политику;
- возможность хозяйствующего субъекта устанавливать прогрессивные технико-экономические показатели и проводить в жизнь передовую научно-техническую политику.

В комплексе возможные рыночные ситуации и соответствующие уровни доминирующего положения представлены на рисунке 1.

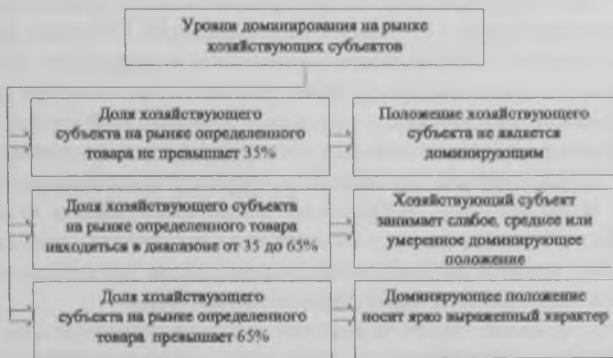


Рисунок 1 - Уровни доминирующего положения

Конкуренция устанавливает пределы для реализации покупателями и продавцами их личного интереса и представляет собой основную регулирующую силу.

Рыночная конкуренция или конкуренция в самоорганизующейся экономической системе - это борьба фирмы за ограниченный объем платежеспособного спроса со стороны потребителей, ведущаяся фирмами на доступном им сегменте рын-

ка. Стабильное удержание фирмы на определенном рыночном сегменте обеспечивается конкурентоспособностью.

Конкурентоспособность - это реальная и потенциальная возможности фирм в существующих для них условиях проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны для потребителя чем товары их конкурентов.

Конкурентоспособность - это способность объекта выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке. Товар или услуга могут являться конкурентоспособными или неконкурентоспособными на конкретном рынке или рыночном сегменте.

Конкурентоспособность предприятия является комплексным понятием и зависит от большого числа факторов. Они очень важны, поскольку обуславливают возможность использования полученных результатов для совершенствования маркетинговой деятельности производителя, разработки конкурентной стратегии, укрепления и повышения конкурентоспособности предприятия.

Существуют факторы внешней и внутренней среды предприятия.

Внешняя среда представляет собой совокупность хозяйствующих субъектов и движущих сил (микросреда), оказывающих влияние на деятельность предприятия, но не прямо и непосредственно, а через элементы макросреды.

Составные элементы внешней среды представлены в соответствии с рисунком 2.

Внешняя среда включает в себя факторы прямого и косвенного воздействия.

Факторы прямого воздействия непосредственно влияют на деятельность фирмы.

Факторы косвенного воздействия создают специальные условия, которые на определенном этапе выгодны или не выгодны фирме. Факторы косвенного воздействия динамичны (изменяются с течением времени), в связи с этим планы в области развития производственной политики предприятий долж-

ны строиться с учетом прогнозирования оценки неопределенности внешней среды.

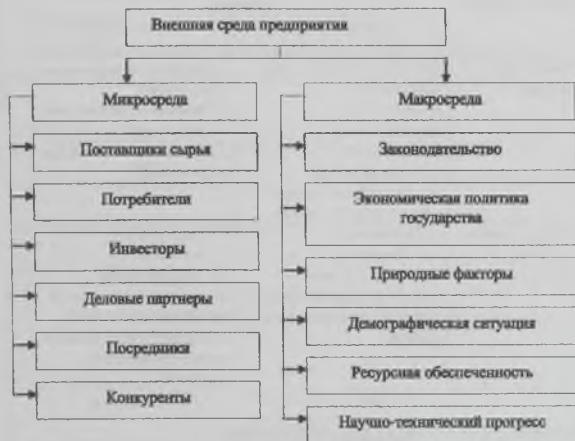


Рисунок 2 - Составные элементы внешней среды предприятия

В рамках внешней среды существуют факторы способствующие и препятствующие повышению конкурентоспособности предприятий. Данные факторы представлены в соответствии с таблицей 1.

Внутренняя среда представляет собой совокупность активных субъектов и сил, воздействующих на возможности предприятия и на установление или поддержание долгосрочных связей предприятия с клиентами.

Внутренняя среда представлена силами, которые непосредственно имеют отношение к предприятию и его возможностям.

Внутренняя среда подразделяется на производственную среду, управленческую среду и экономические результаты деятельности.

Таблица 1

Факторы способствующие и препятствующие повышению конкурентоспособности предприятий

Группы факторов	Факторы	
	Препятствующие конкурентоспособности	Способствующие конкурентоспособности
Экономические факторы	а) Низкие темпы развития конкуренции, б) Инертность маркетинговых исследований, в) Высокий уровень постоянства поставщиков сырья и комплектующих	а) Высокие темпы развития конкуренции, б) Развитие маркетинговых исследований, в) Постоянный поиск новых поставщиков.
Политические и правовые факторы	а) Политическая нестабильность, б) Высокий уровень ограничения деятельности со стороны законодательных органов.	а) Экономическая стабильность, б) Государственная поддержка инновационной деятельности, в) Высокие темпы развития научно-технического прогресса.

Производственная среда охватывает:

- производственную структуру;
- технологию производства;
- виды выпускаемой продукции;
- производственные кадры;
- виды используемого сырья;
- технологическое оборудование;
- методы организации производства;
- маркетинг;
- научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы.

Управленческая среда охватывает:

- структуру управления;
- функции управленческих звеньев;
- управленческие кадры;
- информационные потоки;
- методы и приемы управления;

- управленческие решения;
- технические средства управления.

Экономические результаты деятельности охватывают:

- чистый доход;
- убытки.

В общем виде основные элементы внутренней среды предприятия представлены в соответствии с рисунком 3.

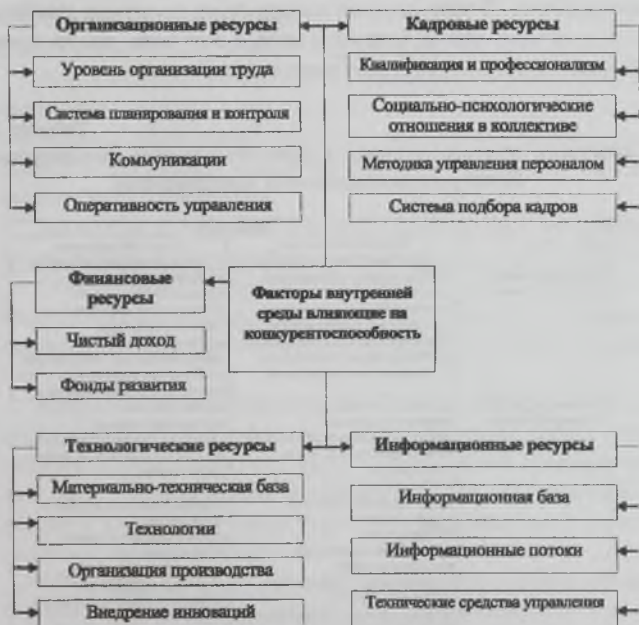


Рисунок 3 - Основные элементы внутренней среды предприятия

В рамках внутренней среды предприятия существуют факторы способствующие и препятствующие повышению конкурентоспособности. Данные факторы представлены в соответствии с таблицей 2.

В современном мире все развитые страны идут по пути поддержания конкурентоспособности за счет качества выпускаемой продукции, её новизны, эксклюзивности, что дает возможность побеждать в борьбе за рынки товаров и услуг, а также создавать новые рынки. В этих случаях предприятия получают прибыль не за счет того, что их товар дешевле, а счет того, что их товар обладает лучшими потребительскими свойствами.

Таблица 2

Факторы способствующие и препятствующие повышению конкурентоспособности предприятий

Группа факторов	Факторы	
	Препятствующие конкурентоспособности	Способствующие конкурентоспособности
Экономические и технологические	<ul style="list-style-type: none"> а) Недостаток средств для финансирования инновационных проектов; б) Слабость материально-технической и научной базы; в) Устаревшие технологии; г) Недостаток мощностей. 	<ul style="list-style-type: none"> а) Наличие резервов финансовых средств. б) Хорошая материально-техническая база. в) Использование прогрессивных технологий. г) Наличие развитой научной инфраструктуры.
Организационно-управленческие	<ul style="list-style-type: none"> а) Функционально ориентированные организационные структуры; б) Авторитарный стиль управления; в) Преобладание вертикальных потоков информации; г) Трудность межорганизационных взаимодействий; д) Жесткость в планировании; е) Ориентация на краткосрочную окупаемость; ж) Доминирование интересов текущего производителя консерватизм). 	<ul style="list-style-type: none"> а) Процессно-ориентированные организационные структуры; б) Демократический стиль управления; в) Преобладание горизонтальных потоков информации; г) Самопланирование; д) Автономия (самостоятельность); е) Внедрение систем международного качества; ж) Поощрение за творческую и инновационную деятельность.
Социально-психологические	<ul style="list-style-type: none"> а) Сопротивление новшествам в связи с боязнью потери работы; б) Нарушение сложившихся традиций; в) Боязнь неопределенности и неудачи. 	<ul style="list-style-type: none"> а) Создание условий для самореализации коллектива; б) Поощрение творчества; в) Создание нормального психологического климата.

Данный путь формирования конкурентоспособных предприятий предопределяет уход с рынка неконкурентоспособных предприятий совершенствование социально-экономических институтов, создание всех условий для развития бизнеса.

Подобные процессы влекут за собой активную модернизацию и совершенствование организации производства, внедрение новой и новейшей техники.

Однако при этом требуется огромная работа по совершенствованию подготовки и переподготовки кадров, способных осваивать современную технику и новейшие технологические процессы.

Для обеспечения конкурентоспособности предприятий очень важно решение организационных и технических вопросов. Однако этого далеко недостаточно. Выпуск конкурентоспособной продукции может быть обеспечен лишь конкурентоспособным персоналом.

В комплексе основные пути повышения конкурентоспособности предприятий представлены в соответствии с рисунком 4.

Обеспечение конкурентоспособности предприятия, способного производить конкурентоспособную продукцию, неразрывно связано с задачами создания современных систем управления персоналом.

Кадровые службы предприятий сегодня должны не только учитывать человеческий ресурс, но и уметь определять и рационально использовать весь кадровый потенциал предприятия. Для решения этой задачи необходимо уметь организовывать работу с кадрами, а также оценивать эффективность работы системы управления персоналом.

Сегодня важно научиться использовать приёмы аудита службы управления персоналом. Управление персоналом предприятия должно рассматриваться как целенаправленная деятельность руководящего состава предприятия, руководителей и специалистов подразделений системы управления персоналом по разработке концепции и стратегии кадровой политики, принципов и методов управления.

Практика неоднократно доказывала, что существует тесная зависимость между системой управления человеческими ресурсами и результативными показателями эффективности деятельности предприятия. Именно это и определяет направленность работы службы управления персоналом, которая должна четко представлять себе цели развития и стратегические планы деятельности предприятия и постоянно работать с коллективом, разъясняя их каждому участнику производства.

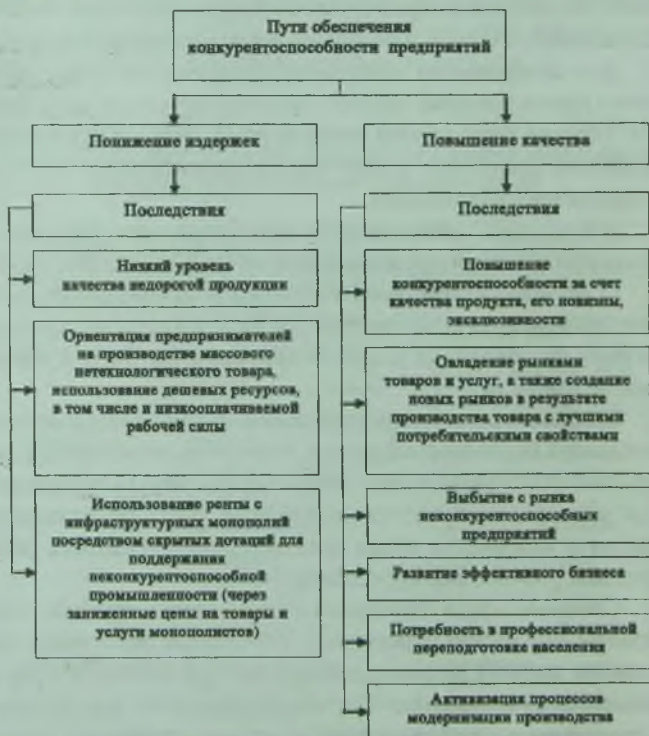


Рисунок 4 - Пути обеспечения конкурентоспособности предприятий

На предприятии должна быть высокая организационная культура, задействованная в единую систему. В понимании целей и задач развития предприятия всеми участниками производства заключается огромная сила, представляющая собой важный нематериальный ресурс эффективности деятельности коллектива.

Высокая общая эффективность деятельности предприятия обеспечивается системой вознаграждения, системой продвижения кадров, продуманной мотивацией труда с учетом специфики структуры кадрового состава, а также оценкой персонала.

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Баднер С.М. и др. Предприятие - самостоятельность и ответственность. - М: Транспорт, 2001. - 221с.
- 2 Борман С.К. Предпринимательская деятельность в рыночной экономике. - Гамбург, 2002. - 90с.
- 3 Градова А.П. Экономическая стратегия фирмы. Учебное пособие. - Санкт-Петербург, 2005.
- 4 Мамыров Н.К. Менеджмент и рынок. - Алматы, 2000.
- 5 Экономическая стратегия фирмы. Учебное пособие. Под ред. Градова А.П. - Санкт-Петербург, 2005.